Estudando: Design Gráfico

Redação Publicitária

É chamada de redação publicitária a técnica que conceitua campanhas de divulgação, um esforço que abrange todo o processo criativo, do início ao seu fim. É papel do redator publicitário não só criar o conceito de ações de marketing como também conduzi-las até a campanha de divulgação.

- Para ser eficiente, a redação publicitária para web precisa valorizar a interação, chamar a atenção por meio de canais digitais e ter uma mensagem pessoal, que seja percebida como única e exclusiva pelo receptor e potencial cliente. Isto é , gerar interesse mesmo em meio a competidores de atenção do usuário, como as próprias redes sociais.

- E, ainda, levar em conta o SEO (otimização para mecanismos de busca) para que os textos sejam bem indexados em sites de pesquisa como o Google.

QUAL O PAPEL DO REDATOR PUBLICITÁRIO?

Se toda campanha de marketing é focada em atingir um objetivo diante de um determinado público, é o redator publicitário que conduz pesquisas para criar seu conceito.

Também é ele quem vai definir a linguagem mais adequada para o contexto e como vai se aproximar do público definido.

O conceito construído por ele é que serve como norte para o processo de criação de materiais gráficos e a estratégia de divulgação.

Como podemos ver, o redator publicitário é um profissional de fundamental importância para a divulgação de marcas e empresas. Mas onde o seu texto é veiculado?

Os principais formatos da redação publicitária atualmente são:

- Anúncios em jornais

- Banners

- Blogs

- Busdoors

- Cartas comerciais

- Comerciais de TV

- Displays

- E-mails marketing

- Flyers

- Fôlderes

- Mobiliário urbano

- Outdoors

- Redes sociais

- Sites

- Spots de rádio

- Vídeos.

TÉCNICAS DE REDAÇÃO PUBLICITÁRIA

Ter clareza: Um texto claro facilita o entendimento sobre a mensagem que se quer transmitir. Então, trabalhar com frases curtas e objetivas é a melhor forma de aumentar a compreensão do leitor sobre o que você diz. Ele precisa entender o que você quer dizer para que não seja causado um verdadeiro desperdício de tempo e dinheiro.

Afinal, todo texto demanda algumas horas ou até mesmo dias para que possa ser produzido com qualidade e criatividade.

Objetividade: Você concorda que nem sempre um texto longo é sinônimo de um bom texto? Na redação publicitária, a qualidade do texto redigido pode ser medida através da capacidade de compreensão que desperta. Na maioria dos casos, inclusive, o texto precisa ser curto e conciso. Isto é, oferecer qualidade em poucas palavras. Alguns exemplos de textos publicitários concisos que você provavelmente já viu são anúncios em jornais impressos, comerciais de TV, propagandas em redes sociais e spots de rádio.

Gerar Interesse: Se o conteúdo é rei, mais importante do que o modo como você fala é o que você fala. No ringue da conquista da atenção do leitor, anúncios e textos lutam para comprovar quem é mais interessante. Para entrar no páreo, o redator publicitário precisa produzir conteúdo relevante e capaz de chamar a atenção na primeira passada de olho. No caso dos vídeos, por exemplo, são os primeiros 5 a 15 segundos que definem se a audiência vai ou não continuar a assisti-los.

Proximidade: Conhecer bem seu público-alvo é outro fator decisivo para uma redação publicitária eficiente. Quando a comunicação é direcionada, as chances de que o material conquiste mais facilmente o cliente são muito maiores. Isso sem falar que também funciona como uma mola propulsora para aumentar a credibilidade da marca envolvida: mostra que conhece os clientes e se preocupa com eles

Persuasão: A persuasão está para a redação publicitária assim como um formulário de captação de *leads* está para uma *landing page*. Todo texto publicitário precisa ser persuasivo para ser eficiente, ou seja, convencer consumidores de que realmente precisam dos seus produtos ou serviços.

Trabalho em equipe: O trabalho em equipe não é bem uma técnica de redação publicitária, mas uma competência fundamental para um bom redator publicitário. Isso porque nenhuma campanha tem vida própria. Ela precisa ser acompanhada por dados de inteligência, peças gráficas e outros detalhes. É algo que torna obrigatória a interação com outros profissionais envolvidos no processo.

Veja também esta interessante explicação sobre a produção de texto e redação publicitária. Para quem está começando é muito importante ver e entender as explicações no vídeo.

O texto publicitário

Evolucional

Assista no